



Mobilitet der skaber lokal værdi?

En mobilitets- og stedsanalyse af turister og erhvervsrejsende gennem Hirtshals Havn.

Lassen, Claus; Laursen, Lea Louise Holst; Lange, Ida Sofie Gøtzsche; Frølund, Morten

Publication date:
2014

Document Version
Tidlig version også kaldet pre-print

[Link to publication from Aalborg University](#)

Citation for published version (APA):

Lassen, C., Laursen, L. L. H., Lange, I. S. G., & Frølund, M. (2014). *Mobilitet der skaber lokal værdi? En mobilitets- og stedsanalyse af turister og erhvervsrejsende gennem Hirtshals Havn*. Instit for Arkitektur & Design, AAU.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal -

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at vbn@aub.aau.dk providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

MOBILITET DER SKABER LOKAL VÆRDI?

- En mobilitets- og stedsanalyse af turister og erhvervsrejsende gennem Hirthals Havn.



Titel: *Mobilitet der skaber lokal værdi?
- En mobilitets- og stedsanalyse af turister og erhvervsrejsende gennem Hirtshals Havn.*

Institut: *Institut for Arkitektur & Medieteknologi*

Bidragydere: *Lektor Claus Lassen, Lektor Lea Louise Holst Laursen, Ph.d. stud. Ida Sofie Gøtzsche Lange & Morten Frølund*

Layout: *Michael Vestergaard Thomsen*

Skriftserie: *Arkitektur & Design (A&D Files)*

ISSN nr.: *1603-6204*

Volumen nr.: *81*

Udgave: *1*

Finansieret af: *Hjørring Kommune*

Forside Illustration: *Ida Sofie Gøtzsche Lange*

Andre Illustrationer: *Hvor intet andet er angivet er illustrationerne forfatternes egne.*

Tak til: *Hirtshals Havn
Hirtshals Transportcenter
Color Line
Smyril Line
Fjordline*

“Spørgsmål om bevægelse; om for lidt bevægelse for nogle eller for meget for andre eller den forkerte slags eller på det forkerte tidspunkt, synes centralt for mange folks liv, og for driften af mange små og store offentlige, private og ikke-statslige organisationer” (Urry 2007, s. 6 - egen oversættelse).





INDHOLDSFORTEGNELSE

6	<i>INDLEDNING</i>
8	<i>DET NY MOBILITETSPARADIGME</i>
11	<i>UNDERSØGELSEN</i>
12	<i>TURISME</i>
24	<i>ERHVERV</i>
28	<i>KONKLUSION</i>
31	<i>REFERENCER</i>

INDLEDNING

Denne rapport tager udgangspunkt i en analyse blandt de turister og erhvervsrejsende, som er 'på farten' gennem Hirtshals Havn på en af de mange internationale færgeruter, der forbinder Danmark med en række skandinaviske destinationer. Formålet er at blive klogere på, hvad disse gennemrejsende turister og erhvervsrejsende kender til Hirtshals og Nordjylland, hvordan deres rejsevaner er og hvad de lægger vægt på i forhold til deres ferierejse.

Hirtshals ligger i det, der af staten er blevet udpeget yderområde og af medierne blevet benævnt som det såkaldte Udkantsdanmark, men til trods for denne klassificering har byen vækst i havnerelaterede arbejdspladser (Hirtshals Havn 2008). Derudover er byen infrastrukturelt i høj grad opkoblet på det resterende Danmark med direkte færgeforbindelser til flere steder i Norge, Færøerne og Island og med motorvejsforbindelse direkte til Tyskland og det øvrige Europa samt en togforbindelse til det nationale toget. Endelig kan man tale om gode bosætningsmuligheder i et naturskønt område med lave boligpriser (Totalkredit 2013). De lave huspriser er dog sandsynligvis affødt af byens status som yderområde. Hirtshals by er således på den ene side et nationalt transitknudepunkt for international/national mobilitet og har en høj tilgængelighed. På den anden side oplever byen dog de samme problemer som en række andre perifere byer, hvor følgende parametre i større eller mindre grad er gældende: fraflytning, bymæssigt forfald, arbejdsløshed, mangel på unge, osv. Indbyggertallet i Hirtshals falder markant (i perioden 2000-2009 mistede byen 570 indbyggere svarende til 8%) (Hjørring Kommune 2009A), og befolkningsprognoser forudsiger en fortsat affolkning af byen (Danmarks Statistik 2013, Hjørring Kommune 2010). En negativ udvikling, der påvirker byen Hirtshals som et oplevet og levet sted.

Det centrale spørgsmål, der analyseres i denne rapport, er derfor om forholdet mellem de mange internationale mobilitetsstrømme gennem Hirtshals Havn påvirker udviklingen af Hirtshals by. Et fokuspunkt i rapporten er således, hvordan de forskellige strømme af mobiliteter i højere grad kan udnyttes til at skabe lokal udvikling. Undersøgelsen forsøger konkret, igennem en spørgeskemaundersøgelse, at tegne en profil af de rejsende gennem Hirtshals Havn og kortlægge hvilke forhold og relationer, de rejsende har

til Hirtshalsområdet og Region Nordjylland samt at sætte fokus på de potentialer, der turisme- og erhvervsmæssigt knytter sig til de rejsende igennem området.

Hirtshals på kanten af Danmark

Hirtshals er, som nævnt, en mindre provinsby placeret på kanten af Danmark – dette helt bogstaveligt på kanten mellem land og vand, men også på kanten af den økonomiske og befolkningsmæssige udvikling i Danmark. Det er en by, som er opstået på baggrund af dens strategiske placering mellem vand og land og det var dens gode ind- og udsejlingsmuligheder, der var udslagsgivende for, at byen blev grundlagt. Det er stadig denne strategisk gode placering, der holder gang i byen, hvor havnen er den uden sammenligning største arbejdsplads i området. Havnen har ad flere omgange udvidet og er i dag et



særdeles aktivt erhvervsområde både i forhold til færgefart, fiskeri mm. Undersøgelsen ønsker, som tidligere nævnt, at give en forståelse for det 'blik' som den besøgende og gennemrejsende har af byen, men også de tanker og ideer rejsende har i forbindelse med at komme til et nyt sted på deres rejse. I den forbindelse er det interessant om de tanker og synspunkter, den rejsende har, harmonerer med hvordan en række lokale aktører, herunder Hjørring Kommune, ser på Hirtshals.

I kommuneplanen for Hjørring Kommune er der særligt fokus på Hirtshals' infrastrukturelle opkobling og havnens erhvervsmæssige betydning (Hjørring Kommune 2009B). Dette fokus på Hirtshals som erhvervsby er ligeledes at finde i Hjørring Kommunes Udviklingsplan fra 2011: 'Hirtshals fastholdes som en "særlig" områdeby med udgangspunkt i byens betydning for kommunens fremtidige erhvervsudvikling' (Hjørring Kommune 2011). Hirtshals indtager på denne måde i stigende grad en rolle som Hjørring bys erhvervsområde, da bosætningen i selve Hirtshals falder mens den erhvervsmæssige del vokser.

I kommuneplanen er der dog også fokus på Hirtshals som en handels- og turistby. Kommunen ønsker således at videreudvikle byen både som transportknudepunkt og som en turist- og bosætningsby. Sidstnævnte ønskes udviklet med fokus på forskellige initiativer, der arbejder med relationen mellem by og havn og mellem by og landskab (Hjørring Kommune 2009B). Dette lægger i forlængelse af hvorledes Visit Hirtshals markedsfører byen på deres hjemmeside, hvor fokus er på havnens aktivitet og stemning samt de omkringliggende naturoplevelser med havet og de barske naturkræfter.

Men får den rejsende igennem Hirtshals øje på byen som sted (der kan besøges/er værd at besøge) eller oplever den rejsende blot byen som et transitknudepunkt? Det er noget af det som denne undersøgelse ønsker at fokusere på.

Byen beskrives i kommuneplanen som en blanding af Steen Eiler Rasmussens stramt geometriske byplan og et barskt og rå klondike miljø, hvor beskrivelsen indikerer, at det er dette klondikemiljø, turisten efterspørger: 'De mange besøgende ønsker udover oplevelser i Oceanariet at opleve det, ikke mange byer kan byde på, nemlig den barske og autentiske "klondike" puls som byen på kanten til havet rummer' (Hjørring Kommune 2009B). Dermed opfattes Hirtshals' lidt rodede fremtræden som en attraktion – som noget særligt – men spørgsmålet er hvordan

dette opfattes hos de rejsende? Opfattes Hirtshals' nuværende fysiske tilstand som en tiltalende biedermeiersk vesterhavsidyl eller som en rodet og identitetsløs transitby? Eller, som Visit Hirtshals beskriver byen, som en by med et blomstrende handels- og aftenliv (Visit Hirtshals 2013) eller noget helt fjerde... Dette håber undersøgelsen at kunne komme nærmere på at kunne besvare.

Spørgsmålet er således også, hvordan disse forskellige 'fortolkninger' af byen harmonerer med de rejsendes opfattelse af byen og området. Det er således en af hensigterne med den efterfølgende rejseanalyse at skabe et udgangspunkt for at kunne diskutere for-

skelle og ligheder imellem de opfattelser, en række forskellige lokale aktører har om Hirtshals i forhold til den opfattelse, den besøgende har af byen. Analysen sigter mod at være medvirkende til at klarlægge forskellige fremtidige handlemuligheder for byen og området.



DET NY MOBILITETSPARADIGME

– DEN TEORETISKE RAMME

For at komme nærmere ind på undersøgelsens bagvedliggende forståelse af den rejsende og det at være rejsende vil der i det efterfølgende være en beskrivelse af rejseanalysens teoretiske ståsted. Denne teoretiske udredning tager udgangspunkt i det ny mobilitetsparadigme (Jensen 2013, Cresswell 2006, Adey 2010, Kaufmann 2002, Sheller, Urry 2006, Urry 2000) Den engelske sociolog John Urry introducerede ved årtusindeskiftet en anderledes tilgang til transport, nemlig det som efterfølgende er blevet benævnt som det ny mobilitetsparadigme. En sådan tilgang betyder, at mobilitet ikke blot er et nyt ord for transport. Den nye mobilitetsforskning rummer et langt bredere sigte, som har indflydelse på, hvordan der konkret i fremtiden arbejdes med mobilitet i forskning og praksis.

Den nye mobilitetsforskning kritiserer specifikt den konventionelle sociologi, turismeforskning og trafikplanlægning for at behandle skabelsen og forbruget af mobilitet som en "sort boks" (Urry 2002), hvilket generelt også har betydning for, hvordan den regionale udvikling angribes og udforskes. Den nye mobilitetsforskning fremfører to væsentlige pointer. Den ene er, at mobilitet altid må betragtes som samfundsmæssigt indlejret. Den nye mobilitetsforskning handler med andre ord om at sætte fokus på den

samfundsmæssige betydning af eksempelvis udviklingen inden for transport- og kommunikationsområdet og om at forstå mobilitet som noget mere end blot fysisk bevægelse af objekter fra A til B (Urry 2007, s. 6). Mobilitet er således ikke kun fysiske bevægelser, men knytter sig i høj grad til forskellige former for betydninger og meninger. Her er der tale om forskellige former for mobilitetskulturer, der relaterer sig til sociale elementer såsom normer, identitet, magt og kulturel dannelse (Jensen 2013, p. 16). Den anden væsentlige

pointe ved det nye mobilitetsparadigme er, at den fysiske mobilitet ikke kan forstås som et løsrevet fænomen. Udviklingen i den fysiske mobilitet må altid forstås i sammenhæng med andre mobilitetsformer såsom virtuelle, oplevede og sociale mobiliteter etc. (Urry 2000, s. 49) Hermed forstås eksempelvis internetforbindelser, rejsende idéer og trends, pengestrømme, immigration etc., som noget der gensidigt påvirker planlægning og virkning af fysisk infrastruktur – forhold der tilsammen påvirker steder og mennesker.

Steder og mobiliteter

Det nye mobilitetsparadigme fokuserer, som ovenfor beskrevet, på mobilitet i ordets bredeste forstand, som noget der ikke kun er fysisk, men også socialt, virtuelt og oplevet. Mobilitet er således ikke en løsrevet størrelse uden sammenhæng med urbane miljøer. Tværtimod er mobiliteten set i sammenhæng med de steder, som mobilitetsstrukturerne forbinder. Dermed indgår et sted både som del af et større netværk af mobile strømme og som et fysisk sted i sig selv med en stedssidentitet. Et sted skal således forstås både som en relationel størrelse og en fysisk lokalitet i sig selv (Lange, Laursen og Lassen 2013).

Sammenhængen mellem de forskellige mobilitetsformer (fysisk, virtuelt og oplevet, se Urry 2007) og steders udviklingsmuligheder tænkes i denne undersøgelse sammen til at være to gensidigt afhængige størrelser, der ikke blot skal leve i sameksistens side om side, men i højere grad skal samtænkes således, at stederne og mobilitetsstrukturerne påvirker og udvikler hinanden (Lange, Laursen og Lassen 2013). Dette skal ses i relation til det faktum, at nutidige fysiske steder (fra byrummet til byen) i større udstrækning på-



virkes af en øget mobilitet, hvor enkeltpersoner i stigende grad bevæger sig mellem steder (både fysisk, virtuelt og oplevet).

Dette skaber en situation, hvor en relationel stedsforståelse bliver nøglen til at forstå og håndtere steders indlejring i nye mobilitetsstrømme. Samtidig er der en stigende konkurrence mellem byer, og begreber såsom stedsbranding og stedsidentitet har fået stigende betydning (Lorentzen 2009, Marling 2009). Det medfører blandt andet, at mobilitet bliver en komparativ konkurrencefaktor steder imellem; eksempelvis ved man om en by er lokaliseret ved infrastrukturnetværk som motorveje og havne, eller har adgang til højklasset digitale kommunikationsnetværk – forhold der får betydning for stedets 'funktionalitet' i den forstand, at man kan spørge om dette sted er tilgængeligt eller ej, og om sammensætningen af forskellige mobili-

tetsformer og infrastrukturer er optimal set ud fra et funktionelt synspunkt. Endvidere får et steds til- og afkobling også afgørende betydning for stedets identitet. Kan et sted bl.a. være så præget af mobilitet, at stedet forsvinder i den rejsendes mentale kort, eller kan man udvikle steder med høj frekvens af mobilitet og høj stedsidentitet? Her arbejdes ud fra det teoretiske perspektiv, at et steds identitet ikke er en fast størrelse, som er knyttet til dets rumlige og funktionelle egenskaber alene (Hvattum 2010, Massey 1991, Norberg-Schulz 1980). Et sted er, oveni et sådant fysisk/funktionelt perspektiv, også formet af de sociale aktørers opfattelser af stedet, hvad enten de er lokale beboere, tilreisende turister eller erhvervslivets repræsentanter. Et steds identitet er en kompleks sammenvævning af rumlige, fysiske, sansede og sociale forhold såvel som politik, historie, fordomme, myter og fortællinger. Mobilitets-

tens beskaffenhed i et relationelt netværk af op- eller afkobling er nøglen til at forstå denne komplicerede sammenhæng.

På den måde eksemplificerer Hirtshals-casen på mange måder en mere universel problemstilling omkring forholdet imellem mobiliteter og steder og byens udviklingsmuligheder synes i høj grad at afhænge af, hvordan spørgsmålet omkring dette forhold mellem sted og mobilitet udvikles, italesættes og forankres. Undersøgelsen ønsker, med Hirtshals' tydelige tilstedeværelse af megen mobilitet, bl.a. at undersøge om dette har negative konsekvenser i forhold til det blik, som den rejsende har af byen – om den rejsende overhovedet opfatter stedet Hirtshals, eller hovedsagligt betragter det som et transithub.





UNDERSØGELSEN

- UNDERSØGELSENS FORUDSÆTNINGER

Undersøgelsen består af to dele: Et spørgeskema rettet mod turister, pendlere og andre private rejsende samt et spørgeskema rettet mod erhvervskørsel. Undersøgelsen er gennemført henover sommeren 2013.

Den første del er udført på havnen i Hirtshals på henholdsvis Color Line's og Fjordline's (herunder også Smyril Line) terminaler. Konkret er undersøgelsen gennemført ved at udlevere et spørgeskema til de ventende rejsende ved terminalerne før afgang. Spørgeskemaet er indsamlet igen 10 minutter før afgang. Spørgsmålene i skemaet er stillet inden for kategorierne rejse (destination, transportmiddel), socio-økonomiske forhold (køn, alder, indkomst, familietype, uddannelsesniveau), stedspecifikke forhold (kendskab til Hirtshals og Nordjylland) samt forskellige holdningsspørgsmål (inden for turisme, mobilitet, rejseform og virtuelle kommunikationsteknologier) (se spørgeskema i bilag 1 bagerst i rapporten). Yderligere var spørgeskemaet både udarbejdet på dansk, engelsk og tysk. Der er blevet udleveret et spørgeskema per køretøj. I spørgeskemaet er hver enhed blevet spurgt om, hvor mange der rejser med det enkelte køretøj samt alder og køn på disse. Endvidere er spørgeskemaet ved gående/cyklende udleveret personligt til alle voksne, der så tilsvarende har registreret de børn, der eventuelt er. I alt har 675 enheder besvaret denne del af undersøgelsen, som i alt fanger 1614 rejsende. Spørgeskemaet er gennemført over tre gange og dækker forsommeren, højsæsonen og sensommeren. Ved hver af de tre gange er spørgeskemaet udleveret ved flere afgang og dækker dermed rejsende på forskellige tidspunkter af dagen. Denne del af undersøgelsen dækker turistrejsende, pendlere og erhvervsrejsende i bil.

Den anden del er gennemført på Hirtshals Transport Center (HTC). Spørgeskemaet blev uddelt, når de erhvervsrejsende, i hovedsageligt lastbil, skulle ordne billet, told- og skattepapirer. I denne del rettede spørgsmålene sig også mod en række forhold omkring socioøkonomi, sted og rejse samt forholdet imellem erhvervsrejse, privatturisme og stedsopfattelse (se spørgeskemaet i bilag 2 bagest i rapporten). Hovedparten af de erhvervskørende i lastbil rejser alene (mange virksomheder har regler, der ikke tillader medrejsende), og derfor retter denne del af undersøgelsen sig primært imod chaufføren selv. Denne del af undersøgelsen baserer sig således i alt på 58 nationale og internationale erhvervschauffører. Spørgeskemaerne er udleveret over to omgange.

Spørgeskemaundersøgelsen resulterede samlet set i 675 + 58 besvarelser, som efterfølgende er indtastet og behandlet statistisk ved brug af programmerne SurveyXact, SPSS og Excel. Karakteren af de stillede spørgsmål rummer dog også en række kvalitative elementer, idet flere spørgsmål ikke blot er besvaret ved afkrydsning, men med uddybende forklarende svar. På den måde giver undersøgelsen et vigtigt indblik i de rejsendes personlige rationer og bevæggrunde gennem en lang række unikke udsagn.

Besvarelsene er efterfølgende blevet analyseret både ved simple sammentællinger og mere komplekse krydsninger af eksempelvis socioøkonomiske forhold og rejsevaner for

at finde markante sammenfald eller udslag. Den præsenterede analyse nedenfor udgør således et uddrag af det samlede analyse-rede materiale.



TURISME

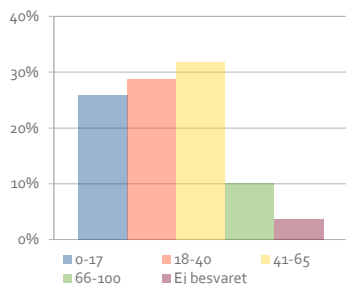
- ANALYSE DEL I

I det følgende præsenteres analysens hovedresultater. Analysen giver både en socioøkonomisk profil af de rejsende samt deres kendskab til Hirtshals og deres rejsepræferencer. Først præsenteres resultaterne af delundersøgelse 1. Herefter præsenteres en kondenseret version af delundersøgelse 2. Analysen af de to undersøgelser afsluttes med en fælles konklusion samt fremtidige perspektiver.



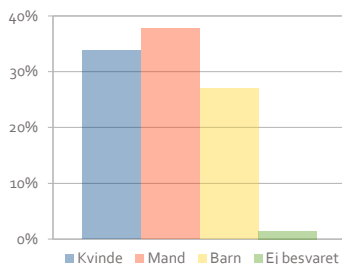
EN PROFIL AF DE REJSENDE Gennem HIRTSHALS HAVN

De følgende grafer tegner en socioøkonomisk profil af de rejsende igennem Hirtshals Havn.



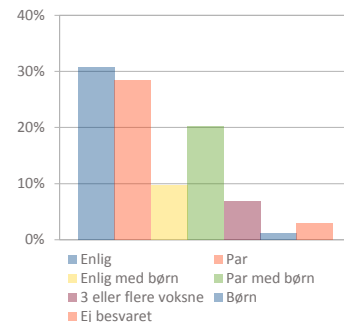
Alder

Der er en bred alderssammensætning, men aldersmæssigt udgøres den største gruppe af de undersøgte af de 41-65 årige (32%) mens de 18-40 årige udgør den næststørste gruppe (29%)



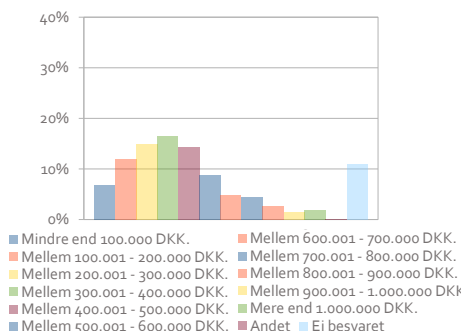
Køn

Der er ligeledes en meget ligelig kønssammensætning. Af de 1546 rejsende, som er registreret i undersøgelsen i forhold til køn, er 34% kvinder, 38% er mænd, 27% børn mens 1% har valgt ikke at besvare dette spørgsmål.



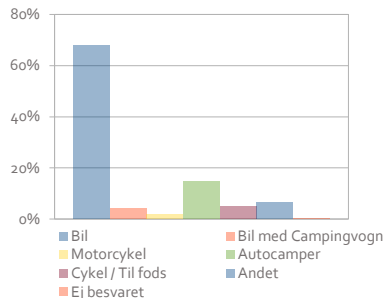
Rejsekonstellation

31% af de undersøgte rejser alene, mens 29% er par uden børn og 20% er par med børn. 10% af de undersøgte er enlige med børn og 7% af de undersøgte udgøres af flere voksne, der rejser sammen. Det vil sige, at der for 59% af de undersøgte rejsende er tale om en familierese.



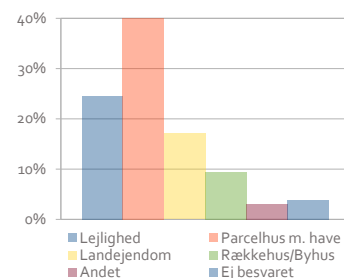
Indkomst

30% af de rejsende tjener imellem 300.000-500.000 kr. årligt.



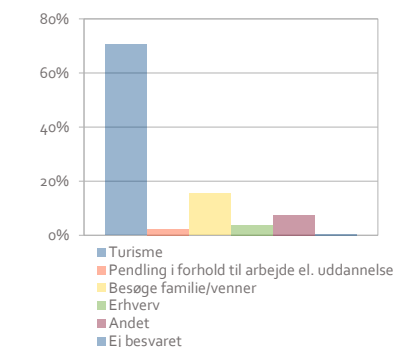
Transportform

68% af de rejsende rejser med egen bil, mens 15% anvender autocamper. Kun 4% rejser med bil med campingvogn, mens 5% er med cykel/til fods. 7% angiver anden transportform, hvilket hovedsagligt dækker over rejser foretaget med bus.



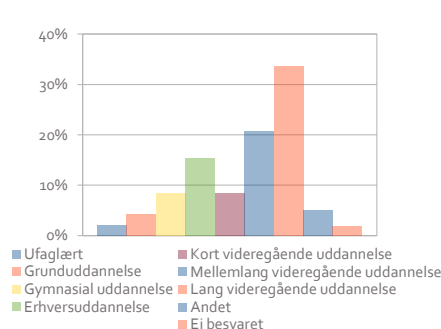
Boform

Den største gruppe af de rejsende bor i parcelhus (42%), mens 25% lever i lejlighed og 17% bor på en landejendom. 9% bor i række- eller byhus.



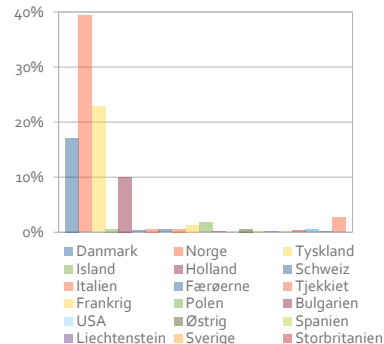
Formål

Hovedparten af de registrerede rejser har turisme (71%) som det primære formål, mens 15% af rejserne retter sig mod besøg hos familie/venner. 4% af rejserne har et erhvervsformål og kun 2% handler om pendling. 8% har angivet at rejserne har andre formål, hvilket især dækker over kombinationsrejser, hvor turismerejser kobles med erhvervsformål eller besøg. Enkelte rejser under denne kategori har handlet om mennesker, der ejer flere boliger (oftest en helårs- og en feriebolig) og foretager rejser imellem disse.



Uddannelse

I forhold til uddannelsesniveau har 55% en mellemlang eller lang videregående uddannelse, mens 15% har en erhvervsuddannelse og kun 2% er ufaglærte. Generelt vil dette sige, at uddannelsesniveauet blandt de rejsende, der benytter færgerne er relativt højt, mens kun få med en kort uddannelse eller ingen uddannelse benytter sig af dette rejsetilbud.



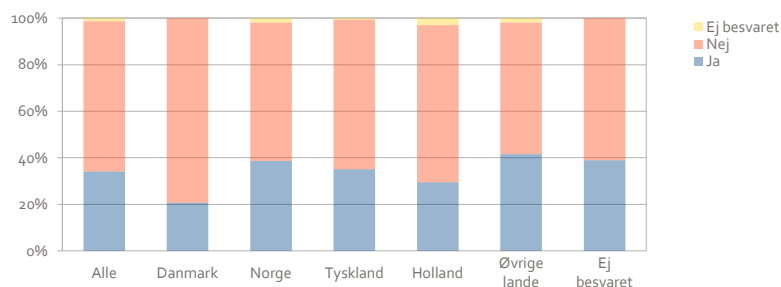
Nationalitet

Af de adspurgte var blot 17% danskere. Hovedparten af de rejsende kommer fra Norge (39%) og Tyskland (23%), mens Holland udgør 10%. De øvrige rejsende kommer fra en række andre Europæiske og ikke-europæiske lande. I den efterfølgende gennemgang er disse lande grupperet som "øvrige lande". De eneste lande uden for Europa, der er registreret i kategorien "øvrige lande", er USA og Canada.

DE REJSENDES FORHOLD TIL HIRTSHALS

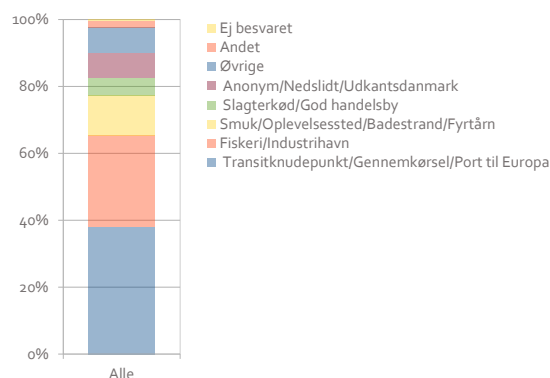
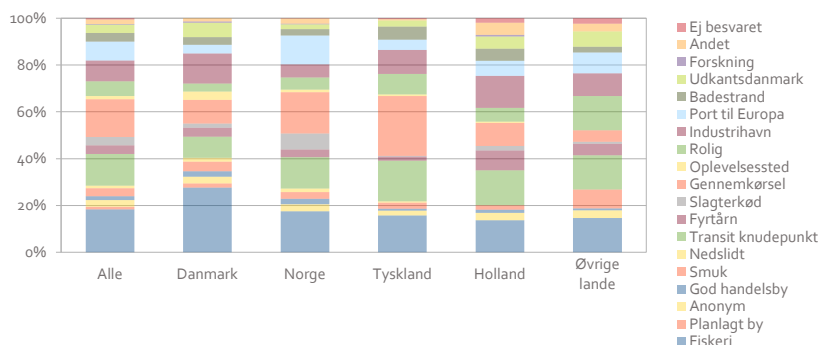
Besøgt Hirtshals

34% angiver, at de har besøgt Hirtshals i relation til deres rejse. Ser man på nationaliteter, er det gruppen af øvrige lande (42%), der hyppigst har besøgt byen efterfuldt af norske (39%) og tyske (35%) rejsende. 29% af de Hollandske rejsende har besøgt byen. Interessant er det her at antallet af danske rejsende, som har besøgt byen ligger under gennemsnittet (21% af de danske rejsende har besøgt byen mod 34% i den samlede population). Dette kan muligvis forklares med, at de fleste danske turister sandsynligvis er på vej på ferie e.l., mens de norske modsat sandsynligvis er på vej hjem fra ferie og måske har bedre tid til at besøge byen for at handle o.l., mens de venter på færgen., Det forklarer dog ikke alene, hvorfor danske rejsende besøger byen mindre end andre nationaliteter som Tyskland og Holland, da de også må formodes at være på vej på ferie. En tese kunne her være, at de rejsendes forhåndskendskab til byen har betydning for besøgstallet.



Ord man forbinder med Hirtshals

I undersøgelsen er de rejsende også blevet spurgt om, hvilke ord de forbinder med Hirtshals. 18% svarer, at de forbinder byen med fiskeri mens 16% oplever stedet som 'gennemkørsel'. 14% betragter det som et 'transitknudepunkt', 9% svarer industrihavn og 8% peger på 'Port til Europa'. Ydermere siger 6%, at de forbinder byen med 'ro'. 4% forbinder byen med henholdsvis 'fyrtårn', 'slagterkød', 'badestrand' og 'Udkantsdanmark'. Ligeledes har 3% svaret, at de forbinder byen med henholdsvis 'anonym' og 'smuk'. Der er mindre end 2%, der ser stedet som 'god handelsby', 'planlagt by', 'nedslidt', 'forskning' eller 'oplevelsessted'. Det er således interessant, at af de samlede rejsende forbinder 47% stedet med en eller anden form for transit eller gennemkørsel. Dette indikerer, at Hirtshals af mange opfattes mere som en transitby end et sted med identitet og historie, værd at besøge!

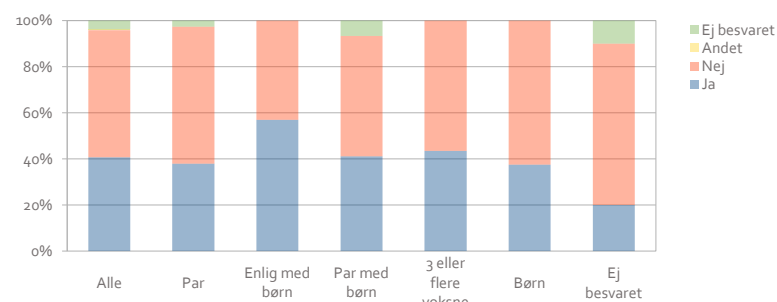
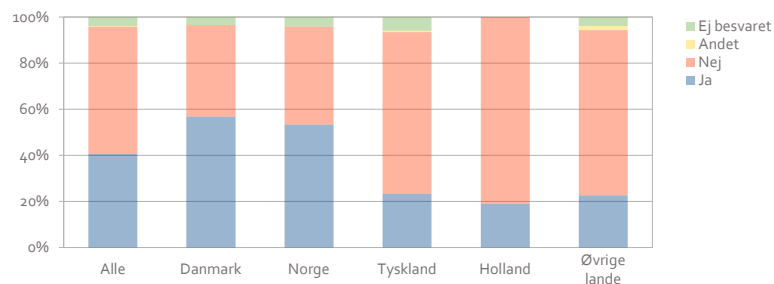


Ser man på betydningen af nationalitet, er det danskerne, der hyppigst forbinder byen med fiskeri og, sammen med "øvrige lande", er der også relativt flere danskere, der betragter byen som Udkantsdanmark sammenlignet med den samlede besvarelse. Der er flest tyskere, der forbinder området med "gennemkørsel", mens der er flest nordmænd, der forbinder byen med "slagterkød" og "port til Europa" når man sammenligner landene på tværs af kategorier. I kategorien "øvrige lande" forbinder flere området med rolig.



Attraktioner/seværdigheder

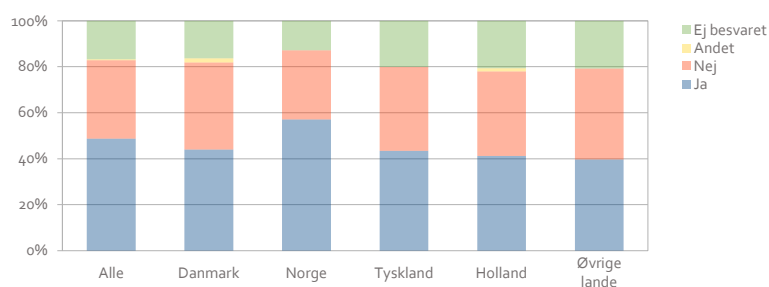
41% af de rejsende kender attraktioner eller seværdigheder i Hirtshalsområdet og Nordjylland. Ser man på landefordelingen er der markant flest danskere (57%) og nordmænd (53%), der kender attraktioner/seværdigheder i området, sammenlignet med de rejsende fra Tyskland (23%), Øvrige lande (23%) og Holland (19%), hvor langt færre kender til lokale og regionale tilbud. Betragter man de socioøkonomiske variabler, er der markant flere enlige med børn, som kender til områdets attraktioner. Af de, der beretter om attraktioner, de har besøgt i forbindelse med denne rejse, har langt størstedelen været på Nordsøceanariet i Hirtshals (89 besvarelser) efterfulgt af Skagen/Grenen (40 besvarelser). Herefter kommer Hirtshals Fyr/Bunkermuseum (17 besvarelser) og Fårup Sommerland (15 besvarelser). Desuden har et mindre antal besøgt Løkken, Aalborg, Blokhuis og Lønstrup, Frederikshavn og Råbjerg Mile, og flere nævner også LEGOLAND, Lalandia, Jesperhus Blomsterpark og Himmelbjerget.





Kunne du forestille dig at besøge Hirtshals på en fremtidig rejse?

I forhold til om de rejsende kunne tænke sig at besøge Hirtshals på en fremtidig rejse, svarer 48% af de rejsende "ja". Ser man på landefordelingen er de norske rejsende den gruppe af rejsende, som adskiller sig mest: 57% af de norske rejsende svarer "ja" til, at de godt kunne forestille sig at besøge Hirtshals på en fremtidig rejse, hvilket er betydeligt mere end den samlede population. Modsat er danske (44%), Tyske (43%), Hollandske (41%) og Øvrige lande (40%) mindre tilbøjelige til at overveje et besøg i fremtiden.

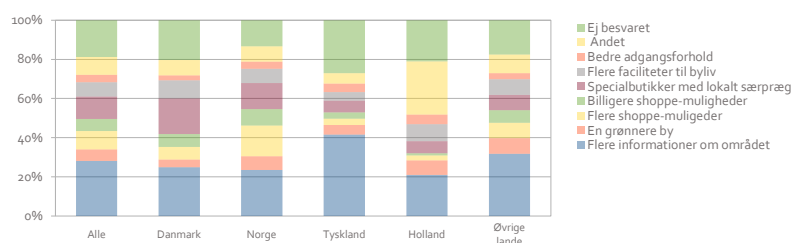




Ophavsret: Hirtshals Havn

Hvad skulle der til for at du oftere ville besøge Hirtshals?

36% af de rejsende anfører, at flere informationer ville være afgørende for, at de oftere ville besøge byen, mens 15% efterspørger flere specialbutikker med lokalt særpræg. 12% efterspørger flere shoppemuligheder, mens 10% efterspørger flere faciliteter til byliv. Ydermere efterspørger 8% henholdsvis billigere indkøbsmuligheder og en grønnere by. Ser man på nationale forskelle skiller tyske rejsende sig ud, idet 42% efterspørger flere informationer. Det samme gør sig gældende for 32% af de 'øvrige lande'. I forhold hertil ligger Danmark, Norge og Holland under den samlede population. Af de norske rejsende efterspørger 16% af de rejsende flere shoppemuligheder, hvilket er det højeste hvis



man sammenligner landene. 27% af de hollandske rejsende angiver "andet" som svar på, hvad der skulle til for at de, i højere grad, ville besøge Hirtshals. Det er vanskeligt ud fra de kvalitative besvarelser fra de hollandske rejsende at identificere et klart mønster. Følgende svar fra en hollandsk rejsende illustrerer dog en af tendenserne i svarene: "Travelers to Norway we don't know much. When

more information we might spend more time here".

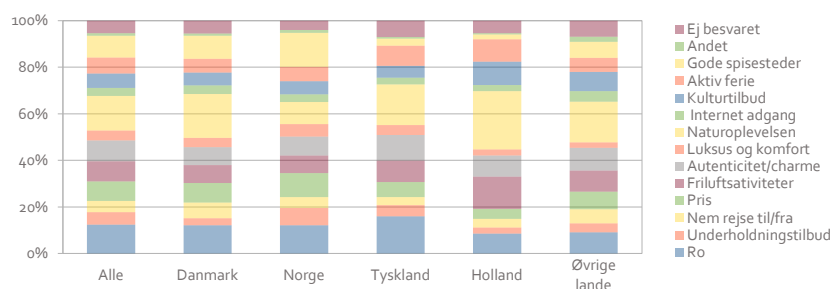
Dermed kan man, med de rejsendes øjne, betegne Hirtshals som den gemte by – byen der ikke findes. Undersøgelsen viser dog at mere information og synlighed kan tiltrække flere besøgende (især tyskere og hollændere) til byen.

DE REJSENDES PRÆFERENCER

Hvad er vigtigst for dig når du vælger feriested?

Det de rejsende generelt peger på som den vigtigste parameter for at vælge feriested, er naturoplevelser (15%), mens 12% peger på ro som det vigtigste. 9% af de rejsende peger på henholdsvis gode spisesteder, autenticitet/charme samt friluftsskaktiviteter som den vigtigste parameter. 8% peger på pris, mens 7% fremhæver muligheden for aktiv ferie som central.

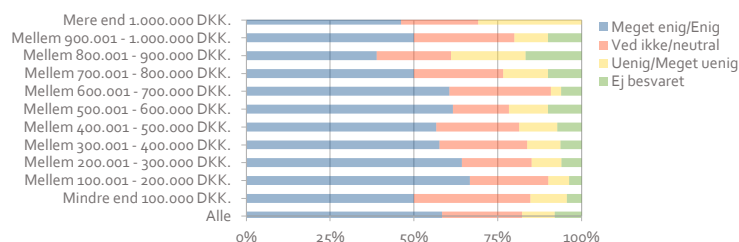
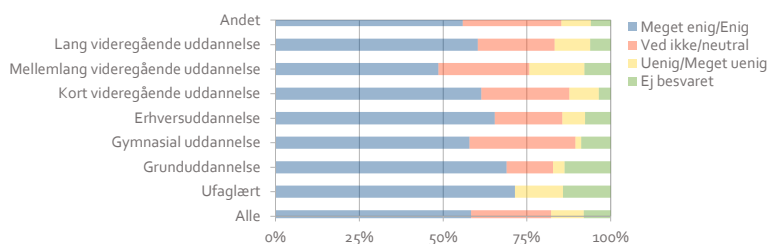
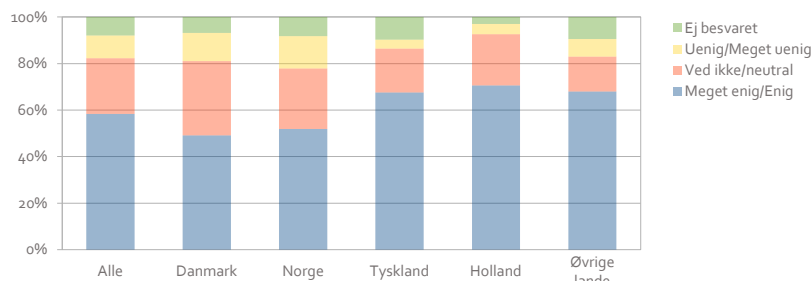
Undersøger man for nationale forskelle fremgår det, at de tyske rejsende i større grad end de øvrige vægter ro. Hollænderne vægter naturoplevelser højest (25%), lige som de vægter friluftsliv (14%) og kultur 10% højere end de øvrige lande. Nordmændene er den nationalitet, der vægter gode spisesteder (15%) og pris (10%) højest, hvorimod en forudgående antagelse om at de tyske rejsende er meget prisbevidste ikke er udslagsgivende i undersøgelsen.

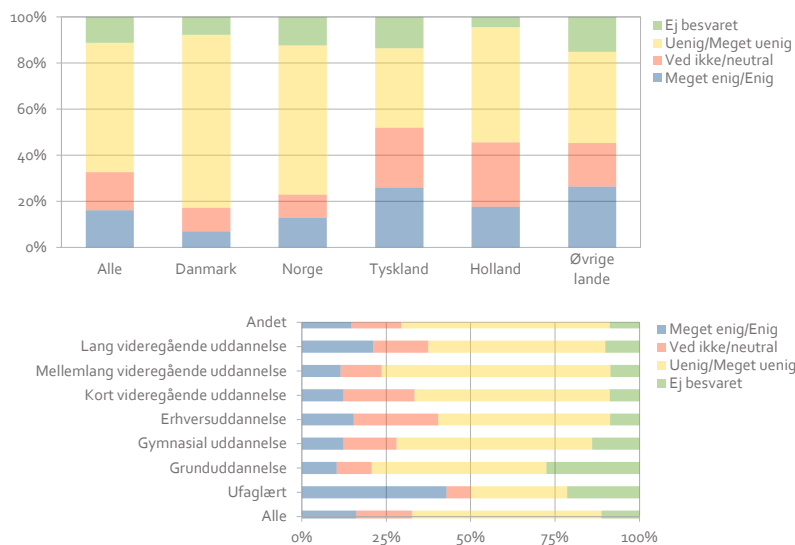


Jeg foretrækker bil/færge som transportmiddel!

58% af de rejsende gennem Hirtshals Havn erklærer sig enig/meget enig i udsagnet, at de foretrækker bil/færge som transportmiddel. Undersøger man for betydning af nationalitet erklærer 71% af de Hollandske rejsende og 68% af de tyske rejsende sig enig/meget enig i dette udsagn. Modsat tilslutter en mindre andel af danske og norske rejsende sig dette udsagn end, hvad der er tilfældet for den samlede population af rejsende.

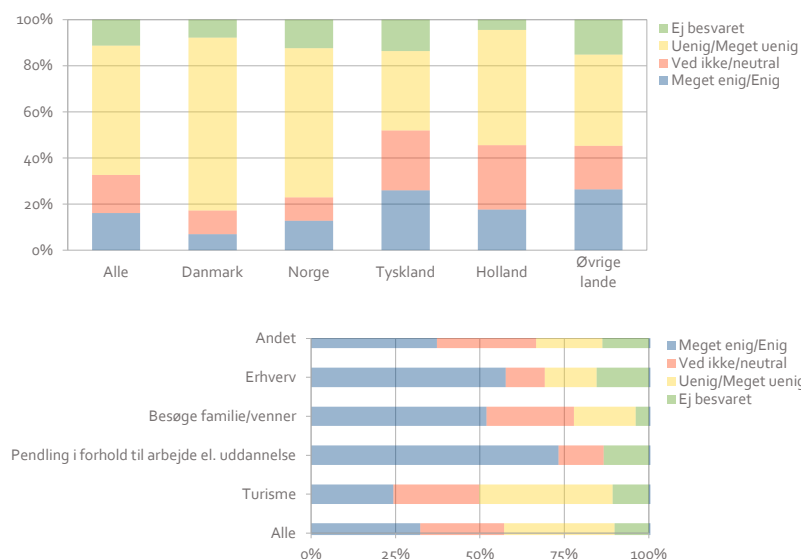
Undersøger man for betydningen af indkomst, er der flere i indkomstgruppen 100.001-200.000 (67%) og 200.001-300.000 (68%) der erklærer sig enig/meget enig i, at de foretrækker bil/færge som transportmiddel sammenlignet med de øvrige grupper og populationen som helhed. Samtidig ses det, at når indkomsten bliver større end 700.000 kr. falder tilslutningen til udsagnet.





Jeg udgår helst flyrejser!

I forlængelse af ovenstående spørgsmål er de rejsende også blevet spurgt om "de helst undgår fly". Samlet erklærer 56% af de rejsende sig uenig/meget uenig i udsagnet, mens kun 16% er enig/meget enig i dette. Analyserer man nationale forskelle fremgår det at de rejsende fra Tyskland (26%) og de øvrige lande (26%) er dem, der oftest erklærer sig enig/meget enig i udsagnet, mens de rejsende fra Danmark (75%) og Norge (65%) er de nationaliteter, hvor flest erklærer sig uenig/meget uenig sammenlignet med de øvrige lande og populationen som helhed. Analyserer man svarene i forhold til uddannelsesniveau, er der markant flere ufaglærte (45%) der er enig/meget enig i, at de fravælger fly, mens rejsende med en længere videregående uddannelse (21%) modsat, lidt oftere end populationen som helhed (16%), tilslutter sig udsagnet.



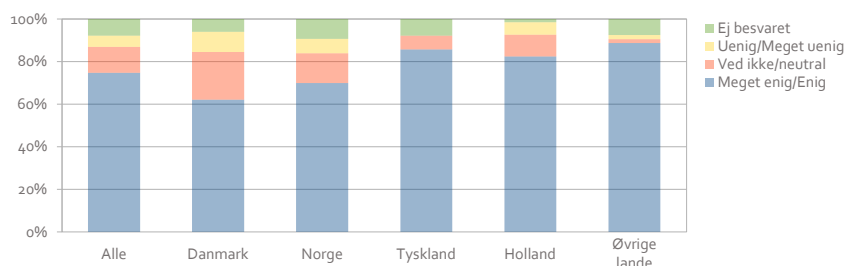
Når jeg rejser er det vigtigste for mig at komme hurtigst muligt fra A-B!

I forhold til udsagnet "når jeg rejser er det vigtigste for mig at komme hurtigst muligt fra A-B" er der 32% af de rejsende, der erklærer sig enig/meget enig i udsagnet, mens 33% erklærer sig uenig/meget uenig. Analyserer man de nationale forskelle er kun 15% af de rejsende fra Holland enige i udsagnet mens hele 43% af de danske og 38% af de norske rejsende er enige i udsagnet. Dermed kan man tale om, at der er et potentiale i de hollandske rejsende, der måske gerne ville blive længere i et område, hvis de fornødne informationer var til stede.

Hvis man analyserer de forskellige rejseformål, er det specielt turisterne (39%) der er uenig/meget uenig i, at det vigtigste er at komme hurtigst muligt fra punkt A-B, mens pendlerne (73%) og de erhvervsrejsende i bil (58%) er de grupper af rejsende, der erklærer sig mest enig/meget enig i udsagnet.

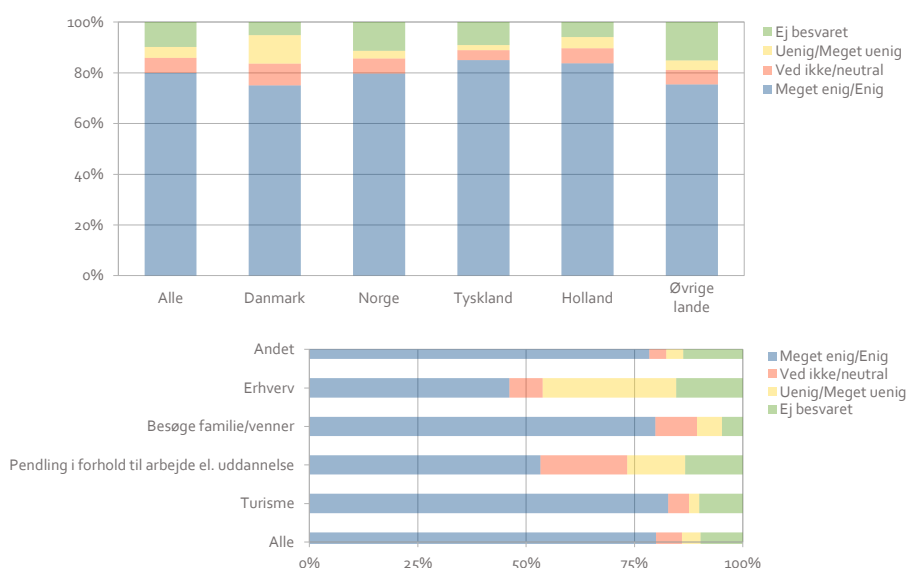
Rejsen er for mig i sig selv en oplevelse!

Generelt erklærer 75% af de rejsende, at de er enige eller meget enige i, at rejsen i sig selv er en oplevelse. Der er flere rejsende fra Øvrige lande (89%), Holland (82%) og Tyskland (86%), der er enige i udsagnet sammenlignet med den samlede population, mens rejsende fra Norge og Danmark modsat ligger under den samlede population.



At rejse er for mig et afbræk fra hverdagen!

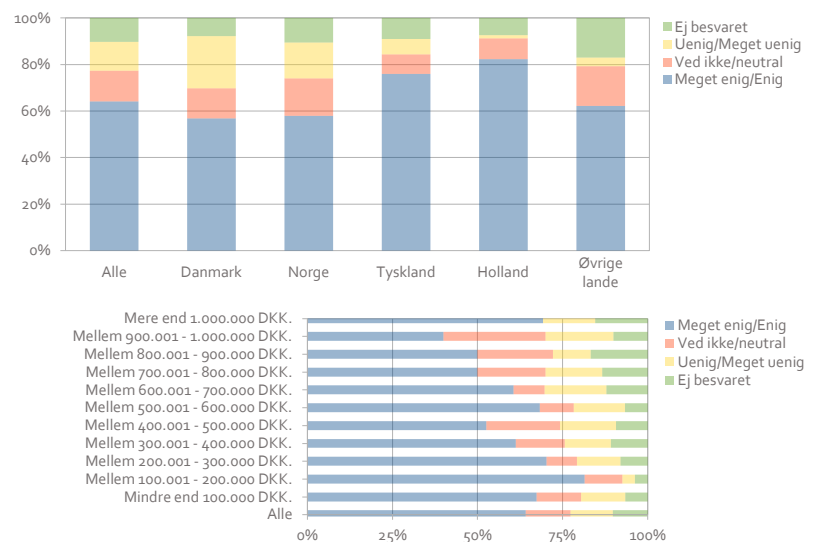
Ud af de samlede antal rejsende gennem Hirtshals havn er der 80%, som angiver at de er enig/meget enig i udsagnet "at rejse er for mig et afbræk i hverdagen". Ser man på landene, er de tyske (85%) rejsende dem, hvor flest erklærer sig enig/meget enig i udsagnet, mens 84% af de hollandske rejsende tilslutter sig. Ser man på formålet med rejsen er det interessant, at 83% af turisterne betragter rejsen for et afbræk, mens tallet for pendlerne modsat er 53% og 46% for de erhvervsrejsende i bil. For de sidstnævnte grupper er der i højere grad tale om, at rejsen sandsynligvis mere opleves som en integreret del af hverdagslivet.





Jeg tager gerne en omvej for at kunne opleve naturen!

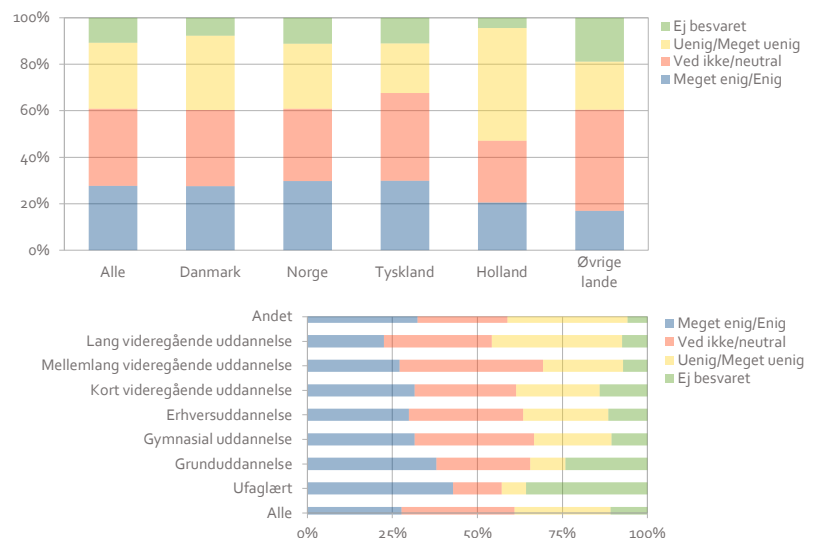
I forhold til udsagnet "jeg tager gerne en omvej for at kunne nyde naturen" erklærer 64% af de rejsende sig enige i udsagnet. Analyseres de forskellige nationale rejsende, er Tyskland (77%) og Holland (82%) de lande, hvor flest erklærer sig enig/meget enig. Ser man på de rejsende i forhold til indkomst, er der en tendens til, at indkomstgrupperne imellem 700.000 kr. og 1.000.000 kr. har en lavere tilslutning end den samlede population. I forhold til de tyske og hollandske rejsende synes det at være et potentiale for Hirtshals at fremhæve de naturmæssige kvaliteter i og omkring byen for, derigennem, at tiltrække flere besøgende i området. Dette kan kobles med nogle af de andre udsagn om mere synlighed og information, og her synes det vigtigt for byen at skabe et godt førstehåndsindtryk.



Lokale nyheder interesserer mig mere end internationale nyheder!

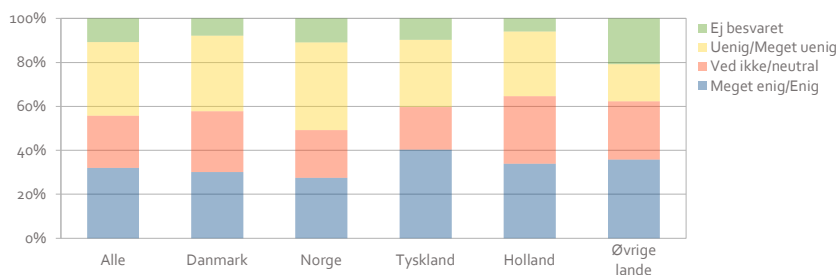
28% af de rejsende erklærer sig enig/meget enig i udsagnet "lokale nyheder interesserer mig mere end internationale nyheder", og modsat er der ligeledes 28%, der svarer, at de er uenige/meget uenig. Ser man på nationale forskelle, adskiller de hollandske rejsende sig specielt, idet 49% af denne gruppe er uenig/meget uenig i udsagnet, mens Tyskland har den største gruppe af neutrale/hverken eller (38%).

I forhold til uddannelse viser datamaterialet en vigtig pointe. Der er flest ufaglærte, der erklærer sig enig/meget enig (43%) og flest med en lang videregående uddannelse, der siger de er uenig/meget uenig i ovenstående udsagn (38%), hvilket adskiller sig fra de andre uddannelseskategorier og den samlede population generelt.



Når jeg er på ferie er det vigtigt ikke at være online for at slappe helt af!

Der er 32% af de rejsende, der erklærer sig enig/meget enig i dette udsagn, mens der tilsvarende er lidt flere (34%) der er uenig/meget uenig. Ser man på de tyske rejsende, finder man her den gruppe af rejsende, hvor der er flest, der erklærer sig enig/meget enig i, at det er vigtigt ikke at være online på ferien, for at kunne slappe helt af sammenlignet med den samlede population.



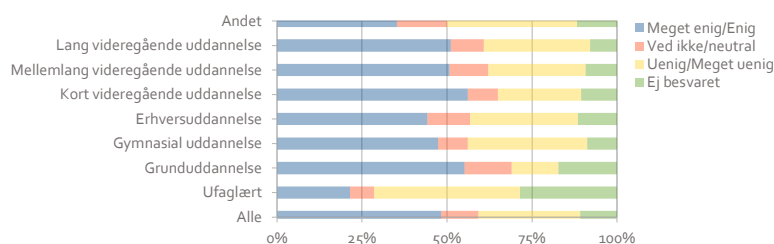
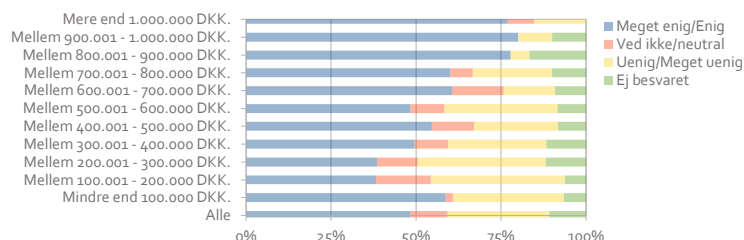
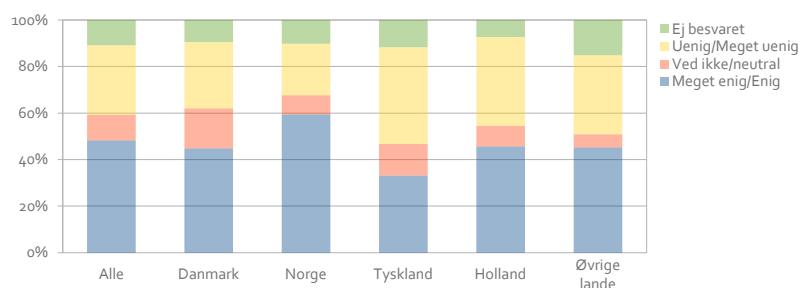
Ophavsret: Hunderup Luftfoto



Jeg bruger min smartphone eller lignende til at finde oplysninger/oplevelser under ferien!

48% af de rejsende igennem Hirtshals havn erklærer sig enig/meget enig i at "jeg bruger min smartphone eller lignende til at finde oplysninger under ferien". Ser man på nationalitet, er der flest norske rejsende der, sammenlignet med de øvrige nationaliteter, tilslutter sig udsagnet. Modsat er de tyske rejsende dem, som oftest erklærer sig uenig/meget uenig i udsagnet.

I forhold til indkomst er tendensen, at der er flest rejsende med indtægter over 800.001 kr., der erklærer sig enige/meget enige i ovenstående. I forhold til uddannelsesniveau er de ufaglærte kategorien, hvor det højeste antal rejsende (43%) erklærer sig uenig/meget uenig sammenlignet med den samlede population og de øvrige uddannelsesniveauer. Modsat er de rejsende i en af de videregående uddannelseskategorier generelt mere enige/meget enige sammenlignet med hele populationen.



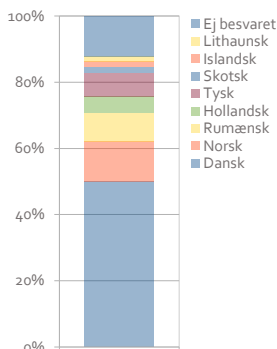
ERHVERV

- ANALYSE DEL II

I den følgende del gennemgås de vigtigste resultater fra undersøgelsen af de erhvervskørende i lastbil gennem Hirtshals Transportcenter.

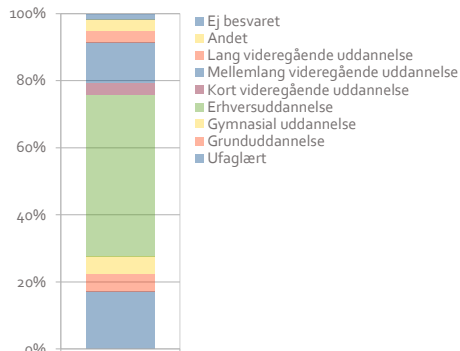


EN PROFIL AF DE ERHVERVSREJSENDE VED HIRTSHALS TRANSPORTCENTER



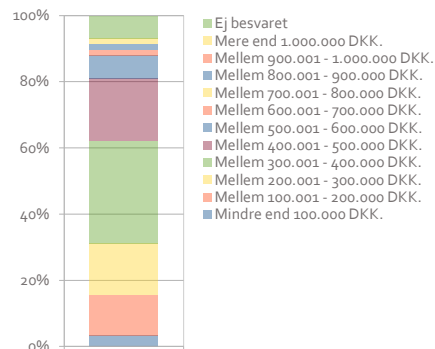
Nationalitet

50% af chaufførerne er danskere. 12% har ikke angivet nationalitet, men de resterende erhvervsrejsende er henholdsvis nordmænd (12%), rumænere (9%), tyskere (7%), hollænder (5%) og øvrige nationaliteter (5%).



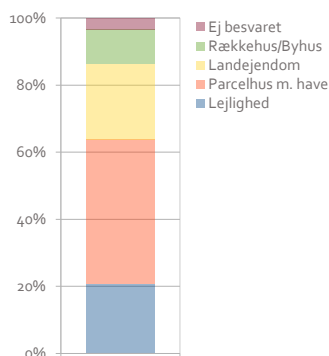
Uddannelse

17% af de erhvervsrejsende er ufaglærte, mens 5% har en grunduddannelse og 5% har en gymnasial uddannelse. Størstedelen af de erhvervsrejsende i lastbil (48%) har en erhvervsuddannelse, mens 13% har en videregående uddannelse.



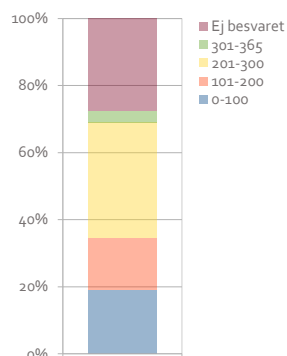
Indkomst

50% af de erhvervsrejsende i lastbil tjener mellem 300.000 - 500.000 kr. årligt, mens 31% tjener mindre end dette og 12% tjener mere end 500.000 kr. (7% har ikke besvaret).



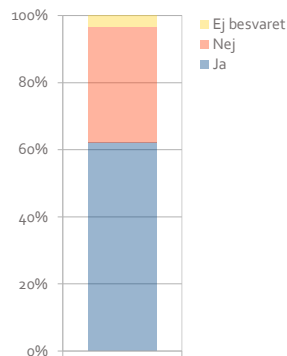
Boform

Når de erhvervsrejsende ikke er på langfart, bor den største gruppe i parcelhus med have (47%) efterfulgt af stort set lige mange i landejendom (22%) og lejlighed (21%). 10% bor i rækkehus/byhus.



International erhvervskørsel

Næsten 35% af de erhvervsrejsende kører international erhvervskørsel mellem 200-300 dage om året.

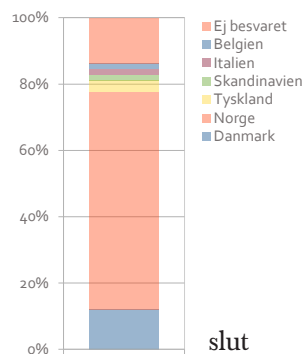
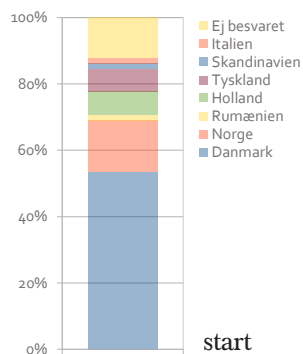


Familieforhold

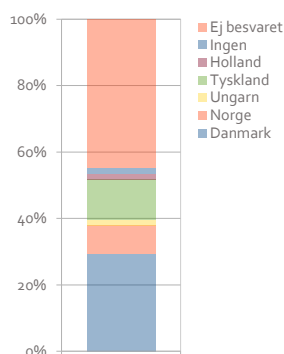
62% af de erhvervsrejsende er gifte eller samlevende, mens omtrent en tredjedel er enlige (35%). 67% har børn (41% hjemmeboende).

Erhvervsrejsens start- og slutpunkt

De fleste erhvervsrejser er påbegyndt i chaufførens hjemland, dog med en mindre variation (54% i Danmark, 16% i Norge, 7% i henholdsvis Holland og Tyskland og kun 2% i Rumænien). Bemærkelsesværdigt er det, at hele 66% har Norge som slutpunkt for rejsen efterfulgt af Danmark, som kun 12% har angivet som endestation. En stor del gør til gengæld et længere stop (mere end 3 timers varighed) i Danmark på et eller andet tidspunkt som del af deres erhvervsrejse.

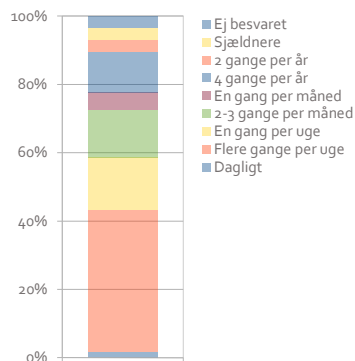


DE ERHVERVSREJSENDES FORHOLD TIL HIRTSHALS



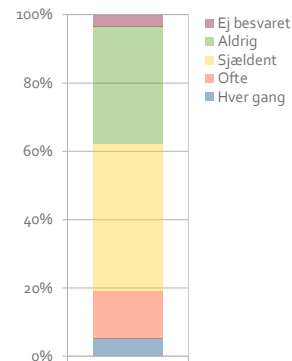
Hvad skyldes dit stop ved Hirtshals Transportcenter?

Størstedelen af de erhvervsrejsendes stop ved Hirtshals Transportcenter skyldes færgerelaterede funktioner: 44% skyldes told og skat og 30% skyldes ventetid til færgen. Kun 10% nævner tilbud/faciliteter ved Transportcenteret og 9% nævner pause (mad, hvile etc.) som begrundelse for deres stop. Havnen har således stor betydning for at tiltrække disse erhvervsrejsende.



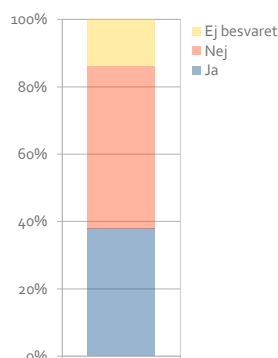
Hvor ofte passerer du Hirtshals Havn?

En stor del af de erhvervsrejsende passerer Hirtshals Havn en eller flere gange om ugen (57%) og 19% passer 1-3 gange om måneden. Der synes, på den baggrund, at være et stort potentiale i de mange erhvervsrejsende, der kommer forbi jævnligt for, eksempelvis, herigennem at udbrede kendskabet til Hirtshals.



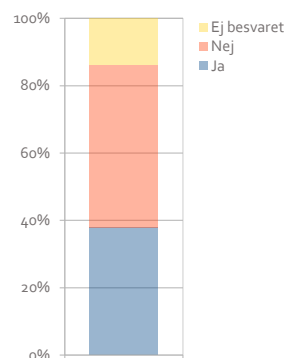
Hvor ofte besøger du Hirtshals by i forbindelse med erhvervskørsel via Hirtshals Havn?

78% af de erhvervsrejsende besøger til gengæld sjældent eller aldrig byen i forbindelse med deres erhvervskørsel mod kun 19%, der til spørgsmålet svarer "ofte" eller "hver gang".



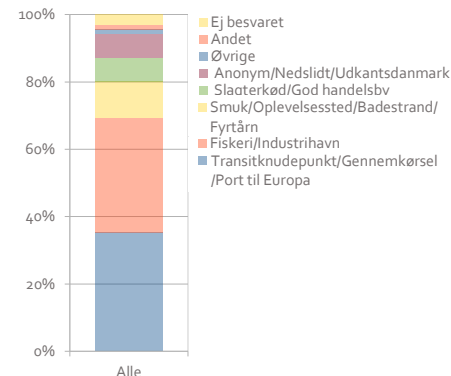
Attraktioner/seværdigheder

38% kender attraktioner/seværdigheder i Hirtshalsområdet/Nordjylland, mens 48% ikke har kendskab. Nordsømuséet er klart det mest kendte. Desuden er der flere, der nævner Skagen, Fårup Sommerland og Ørnerservatet.



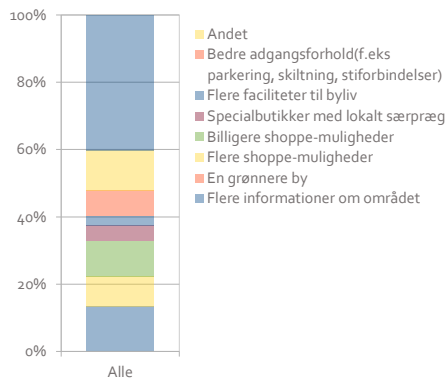
Kunne du forestille dig at besøge Hirtshals på en fremtidig ferierejse?

38% er positivt stemt overfor at besøge Hirtshals By på en fremtidig ferierejse, mens 48% er afvisende. Flere af de afvisende chauffører begrundede dog dette med, at de bor for tæt på byen til daglig. De udenlandske chauffører savner generelt information om området.



Ord man forbinder med Hirtshals

69% forbinder Hirtshals med noget transport- og/eller havnerelateret: (Transitknudepunkt/Gennemkørsel/Port til Europa/Fiskeri/Industrihavn) hvorimod kun 18% sætter Hirtshals i forbindelse med noget turist-, handels- og byrelateret: (Smuk/Oplevelsessted/Badestrand/Fyrtårn/Slakterkød/God handelsby). 7% forbinder Hirtshals med noget direkte negativt: (Anonym/Nedslidt/Udkantsdanmark).



Hvad skulle der til for at du oftere ville besøge Hirtshals?

En stor del (40%) har ikke besvaret spørgsmålet. Dette kan skyldes, at de slet og ret ikke kan forestille sig noget, der skulle få dem til at besøge Hirtshals by oftere. Dette kan igen skyldes, at erhvervsrejsende har så lille et kendskab til Hirtshals by, at de ikke kan vurdere, hvad der eventuelt kunne få dem til at ændre adfærd. Af de der har svaret, fordeler efterspørgslen sig som følger: Flere informationer (13%), billigere shopping (10%), mere shopping (9%), bedre adgangsforhold (7%) og specialbutikker eller flere faciliteter til byliv (7%). Informationer om byen er altså, lige som for undersøgelsens del 1, det mest efterspurgt blandt de rejsende.

Transportcenterets konsekvenser for Hirtshals havn og by

52% af de adspurgte har kørt erhvervskørsel ved Hirtshals før Hirtshals Transport Center blev etableret i 2008. Dette har givet mulighed for at undersøge hvilke konsekvenser – positive og negative – opførelsen af transportcenteret har fået for både byen og havnen, (se figur).

Overordnet kan det konstateres, at havnen og erhvervslivet har fået en aktiv medspiller i transportcenteret. Særligt må det ses som et aktiv, at 30% af de erhvervsrejsende oftere lader deres rute gå via Hirtshals end de gjorde før transportcenteret blev opført.

Til gengæld er det problematisk for Hirtshals by, at chaufførerne i højere grad benytter transportcenteret i udkanten af byen til at gøre pause, at byen oftere blev besøgt i forbindelse med erhvervsrejser før transportcenteret blev opført og at de erhvervsrejsende er mindre bekendte med, hvad der sker i Hirtshals nu, end de var i tiden før 2008. Dertil kommer, at byens omdømme bliver forringet i takt med, at chaufførerne oplever deres ophold ved Hirtshals som mere kedeligt og oplevelsesfattigt end de gjorde tidligere.

Positive konsekvenser

- 30% tager nu oftere via Hirtshals
- 60% oplever bedre komfort
- 30% oplever rejsen som mere effektiv
- 33% mødes nu oftere med kollegaer
- 40% mødes nu oftere med kollegaer af forskellig nationalitet

Negative konsekvenser

- 37% oplever opholdet ved Hirtshals som kedeligt i forhold til før
- 37% tager nu oftere pause ved Transportcenteret end andre steder i byen/området
- 20% ved mindre om, hvad der foregår i Hirtshals
- 17% besøgte oftere Hirtshals by førhen
- 7% mener, at de får færre oplevelser under opholdet



KONKLUSION

- KONKLUSION & FREMTIDIGE PERSPEKTIVER

Denne undersøgelse er foretaget blandt rejsende gennem Hirtshals. Derfor er det vigtigt at understrege, at undersøgelsens fokus er et udefrakommende blik på Hirtshals og det at rejse gennem Hirtshals, og altså ikke kan sige noget om hverken kommunens, havnens, byens eller de lokale borgeres opfattelser og oplevelser af selvsamme rejse. Målet har været at få et indblik i disse udefrakommende gennemrejsendes generelle rejsevaner og holdningsprofiler, sociologiske profiler samt specifikke forhold til Hirtshals og den konkrete rejse med det formål at afdække eventuelle problemer og potentialer forbundet med disse rejser.

Årligt rejser mere end 2.200.000 passagerer med færge til og fra Hirtshals, men hvad alle disse rejsende egentlig gør sig af bevidste som ubevidste tanker omkring Hirtshals og Nordjylland, har hidtil været et underbelyst område. Ydermere stiger havnens godsomsætning år for år, således at der nu omsættes mere end 1.500.000 ton gods årligt, hvilket tilsvarende betyder, at flere og flere erhvervschauffører kører til og fra Hirtshals med minimum et stop ved Hirtshals Transport Center. Derfor har målet været at sætte fokus på, hvad den rejsende tænker om Hirtshals – hvad er det for en opfattelse, man får når man rejser til/gennem Hirtshals. Kan dette fortælle os noget om de problemer og potentialer, som Hirtshals har og måske være med til at afdække det faktum, at havnen vokser mens byen går tilbage.

Undersøgelsen viser generelt, at den typiske rejsende igennem Hirtshals Havn er en turist i bil, imellem 41 og 65 år, ligeså ofte er mand som kvinde, rejser med familie, er fra Norge, har en mellemlang eller en lang videregående uddannelse, har en årsindkomst på 300.000-500.000 kr. og hyppigst bor i et parcelhus. Udover Norge er de fleste rejsende fra Tyskland, Danmark og Holland.

Undersøgelsen viser at 34% af de rejsende

har besøgt byen og at det oftest er rejsende fra "øvrige lande" og Norge, der har aflagt byen et besøg. Undersøgelsen viser ydermere, at danskere og nordmænd bedst kender til lokalområdets seværdigheder, hvorimod tyskere og hollændere i mindre grad ved, hvad Nordjylland har at byde på. Det er da også lidt oftere tyskere og hollændere, der ikke besøger byen og heller ikke overvejer at gøre det i fremtiden. Der er blandt tyskere og "øvrige nationaliteter" størst efterspørgsel på "flere informationer om området", mens især nordmænd og danskere har større kendskab til byen og området. Samtidig viser undersøgelsen at specielt hollændere og tyskere, på forskellige måder, vægter naturoplevelser højt. Der synes, i forhold hertil, at være et potentiale ved – på den ene eller anden måde – at synliggøre den natur, der "gemmer" sig bag byen i forhold til at tiltrække flere tyskere og hollændere til byen og området. I forhold til at tiltrække flere til Hirtshals er det især normændene der skiller sig ud i undersøgelsen fra de øvrige nationaliteter, ved at 15% efterspørger flere shoppemuligheder som den faktor, der ville få dem til at besøge byen. Dette synes også at rumme et potentiale, idet normændene, kvantitativt, udgør den største gruppe af rejsende i undersøgelsen. Interessant er det også, at danskerne tilhører gruppen med bedst kendskab til byen, men

samtidig er den nationalitet der sjældnest besøger byen.

Ser man på det billede, undersøgelsen tegner af Hirtshals, så forbinder flest rejsende området med transit og gennemkørsel. Det er her interessant, at under 2% af de rejsende ser byen som en handelsby. Analyseres de kvalitative besvarelser, som er angivet i forbindelse med spørgsmålet "Hvordan har du oplevet ankomsten til Hirtshals?", var der kun ganske få egentlig negative udsagn – langt de fleste svarer blot OK/fint/god og lignende. Dette indikerer, at Hirtshals som transithub fungerer. Et udvalg af de mere uddybede svar understreger oplevelsen af transit, og peger samtidig på en vigtig pointe, nemlig at Hirtshals som by forsvinder i al denne transit: de fleste udsagn omhandler selve infrastrukturens elementer (vej, motorvej, til- og frakørsler, skiltning og sågar det punktlige tog) mens byen, i de få tilfælde, den nævnes, beskrives som kedelig og ikke indbydende for en turist. En tysker fremhæver, at vedkommende ikke har set Hirtshals, da turen jo netop gik direkte til havnen. I figur 1 er der gengivet en række udvalgte kvalitative besvarelser, der understreger den samme pointe.

Undersøgelsen viser også hvordan 65% af de ord, som de rejsende forbinder med Hirtshals, knytter sig til havn/infrastruktur, mens kun 17% har med by/turisme at gøre. Alligevel viser undersøgelsen, at omtrent halvdelen af de rejsende svarer "ja" til spørgsmålet, om hvorvidt de kunne forestille sig at besøge Hirtshals på en fremtidig ferierejse. Dykker man ned i bevæggrundene for dette, er det dog en vigtig pointe, at mange tænker dette som del af transitten, eksempelvis: "Ja, men kun som gennemrejse". Andre ønsker at be-

søge Nordsøcenteret eller få en tur til stranden. Mange af personerne, der har svaret "nej" på spørgsmålet, uddyber dog ofte også deres begrundelse med nøjagtig samme ordvalg som de positivt stemte: transit, gennemkørsel og færgedestination. I figur 2 er der vist en række udvalgte kvalitative besvarelser fra undersøgelsen, der understreger denne pointe.

I forhold til erhvervsdelen kan det fremhæves, at flere nu oftere tager via Hirtshals, og at de oplever bedre komfort. Samtidig er rejsen, for dem, blevet mere effektiv. Transportcentret har betydet, at 33% flere nu mødes oftere med nationale såvel som internationale kollegaer. Omvendt har etableringen af transportcentret betydet, at 37% oplever opholdet som kedeligt i forhold til tidligere, og

at de i mindre grad besøger byen og ved hvad der foregår end førhen. Dette har, på samme måde, styrket Hirtshals som transitby, men svækket byens muligheder for at blive oplevet som en by med en historie, kultur og relationer til det omkringliggende område.

Opsummerende kan følgende elementer fra den samlede rejseundersøgelse således fremhæves:

- » Byen opleves af de rejsende i høj grad som et 'neutralt' transitsted
- » Byen betragtes generelt ikke som en handelsby blandt de rejsende
- » Byen fungerer i høj grad som transitby både for turister og erhvervsrejsende (30% af de erhvervsrejsende lader oftere deres rute gå via Hirtshals, end de gjorde før transportcenteret blev opført)
- » De rejsende efterspørger generelt flere informationer om området for, i højere grad, at ville overveje et besøg i byen
- » Der synes især at være et potentiale for at tiltrække flere af de tyske og hollandske rejsende, som på forskellige måder vægter naturoplevelser højt
- » Især de norske rejsende efterspørger flere shoppemuligheder
- » De danske rejsende er dem med det største kendskab til byen/området og samtidig dem der sjældnest besøger byen

I et fremtidigt perspektiv kan det fremhæves, at Hirtshals Havn er en meget vigtig bestanddel af Hirtshals og rent faktisk danner grundlaget for, at byen overhovedet eksisterer – havnen skaber arbejdspladser og udvikling for ikke blot Hirtshals men, i særdeleshed, for Hjørring Kommune og Nordjylland. Dog medvirker havnen også til at skabe en by, der udelukkende er baseret på transit. Hirtshals kan ses som en terminalby der, ligesom en lufthavn, har den rette infrastruktur til at facilitere en stor transport af både mennesker og gods. Det vil sige, at når man taler om Udkantsdanmark som en del af landet, hvor der er mangel på arbejdspladser og dårlig fremkommelighed, så gælder det ikke for Hirtshals. Men som undersøgelsen viser, er Hirtshals, på den anden side, også kun i min-

dre omfang et sted, hvor folk får lyst til eller mulighed for at gøre ophold.

Undersøgelsens resultater viser, i forlængelse heraf, at ikke ret mange rejsende opfatter Hirtshals som et sted. Dette kan måske være med til at indikere, hvorfor havnen udvikles, mens byen afvikles. Om dette så er en god eller dårlig udvikling, skal ikke være op til denne rapport at konkludere – blot synes det oplagt, at der er et enormt uforløst potentiale i alle de rejsende, der hver dag rejser gennem Hirtshals. Dette taler for et større samspil mellem by og havn for at udnytte dette potentiale. Dette er allerede, som tidligere nævnt, beskrevet i kommuneplanen, og der synes muligheder for, innovativt, at udvikle kanten mellem vand og land ved, målrettet, at inddrage landskabet og skabe sammen-

hænge mellem by og havn. Dette taler for en anden vision om Hirtshals end som rendyrket handelsby, transitby eller erhvervsby: hvor undersøgelsen peger i retning af, at det den rejsende gerne vil have synlighed og tilgængelighed til vandet, havnen og naturen. Et muligt udgangspunkt for det fremtidige arbejde med Hirtshals' udvikling kunne derfor være både at betragte byen som en erhvervs- og oplevelsesby, hvor bedre visuelle og fysiske forbindelser imellem havnen, naturen og landskabet synes at rumme potentialer til at styrke relationen imellem sted og mobilitet i byen. Det er i sådanne forhold diskussionerne om de fremtidige udviklingsperspektiver for Hirtshals bør tage afsæt.

- » Anonym
- » Fin vej - kedelig by
- » Ikke tilrettelagt for turist
- » Pragmatish
- » Som end god nok (mangler lidt mere turistpræg)
- » Habe Hirtshals nicht gesehen da es direct zum Hafen ging
- » Sonnig, schön, kein service am Kai
- » Bra organiseret :-)
- » Dejlig by - gode til- og frakørsler
- » Fint/nødvendigt
- » Godt skiltet, let at finde rundt
- » It was wery close where the stopping was and where the boat leaves...
- » Let med motorvej
- » OK, just traveling through
- » Som sædvanlig, det lokale tog er fint og punktlig

"Nej":

- » Søvnig by
- » Jeg opfatter det som en stille havneby uden nogen se-værdighed
- » Jeg har slet intet forhold til byen
- » A town without a face, only a place for going through
- » Hirtshals virker ikke som en tiltalende by
- » Only in transit to Norway
- » Kun som gennemkørsel til Norge
- » Just passing trough.
- » Kun et ankomstpunkt for fergen.

"Ja":

- » For å besøke Nordsjøcenteret
- » God strand og friske fisk
- » Har været her før og det er en koselig og rolig by
- » Nemt at komme til Norge, smukt område/let at komme til med off. transp.
- » Virker som en koselig plass
- » Transit til Norge
- » Men kun som gjennomreise
- » Auf der Durchreise
- » A very good ferry destination

Figur 1. (t.v.) Viser udvalgte kvalitative besvarelser på spørgsmålet om hvordan den rejsende har oplevet ankomsten til Hirtshals.

Figur 2. (herover) Viser udvalgte kvalitative svar fra undersøgelsen på spørgsmålet om, hvorvidt den rejsende kunne forestille sig at besøge Hirtshals på en fremtidig rejse for henholdsvis "ja" og "nej"-besvarelsene.



REFERENCER

- » Adey, P. (2010) *Mobility*, Abingdon: Routledge.
- » Cresswell, T. (2006) *On the move: mobility in the modern western world*, London: Routledge, an imprint of Taylor & Francis books Ltd.
- » Danmarks Statistik (2013) *Befolkningens udvikling efter køn, område, nytilgang/bestand og tid*. Tilgængelig på: [http://www.dst.dk/da/ \(tilgaaet 09.08.2013\)](http://www.dst.dk/da/tilgaaet)
- » Hirtshals Havn (2008) *Den erhvervsøkonomiske betydning*, Hirtshals Havn.
- » Hjørring Kommune (2011) *Udviklingsplan 2011*. Tilgængelig på: <http://www.hjoerring.dk/lib/file.aspx?fileID=8445&target=blank> (tilgaaet 23.01.2014)
- » Hjørring Kommune (2010) '*Befolkningen i Hjørring Kommune, Befolkningsprognose for 2010-2024 fordelt på områder og alder*', Hjørring Kommune, Hjørring.
- » Hjørring Kommune (2009A) *Kommuneplan 2009 – vores kommune*. Tilgængelig på: http://www.nyespor.dk/download/pdf/vores_kommune_endelig_231009.pdf (tilgaaet 23.01.2014)
- » Hjørring Kommune (2009B) *Kommuneplan 2009 – byer, landsbyer og landdistrikter*. Tilgængelig på: http://www.nyespor.dk/download/pdf/byer_landsbyer_og_landdistriktet_endelig_231009.pdf (tilgaaet 23.10.2014)
- » Hvattum, M. (2010) '*Stedets tyranni*', Arkitekten, vol. 2, side 33-48.
- » Jensen, O.B. (2013) *Staging Mobilities*, London: Routledge.
- » Kaufmann, V. (2002) *Re-Thinking Mobility: Contemporary Sociology*, Ashgate: Avebury Technical.
- » Lange, I.S.G., Laursen, L.L.H. og Lassen, C. (2013) '*Missing Links - Et case studie af et nationalt mobilitetsknodepunkt/lokalt tilbagegangssted*', conference-paper fra Trafikdage 27. august 2013, Aalborg Universitet, Aalborg
- » Lorentzen, A. (2009) '*Cities in the Experience Economy*', European Planning Studies, vol. 17, no. 6, pp. 830-845.
- » Marling, G. (2009) *Experience City.DK*, Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.
- » Massey, D. (1991) '*A global sense of place*', Marxism today, vol. 35, no. 6, pp. 24-29.
- » Norberg-Schulz, C. (1980) *Genius Loci-Towards a Phenomenology of Architecture*, Academy Editions, London.
- » Sheller, M. & Urry, J. (2006) '*The new mobilities paradigm*', Environment and Planning A, vol. 38, no. 2, pp. 207-226.
- » Totalkredit (2013) *Kend Boligmarkedet*. Tilgængelig på: http://totalcredit.dk/page?action=bms&js=t&cid=_aw_Kend-Boligmarkedet_Boligpriser&gclid=Clhy5bx97gCFcJc3god9hsABQ (tilgaaet 30.05.2013)
- » Urry, J. (2007) *Mobilities*, Cambridge: Polity Press.
- » Urry, J. (2002) *The tourist gaze*, London: SAGE.
- » Urry, J. (2000) *Sociology beyond societies: mobilities for the twenty-first century*, Palo Alto, Calif.: Ebrary.
- » Visit Hirtshals (2013) *Hirtshals*. Tilgængelig på: <http://www.visithirtshals.dk/nordjylland/boern/velkommen-til-hirtshals> (tilgaaet 23.01.2014)

Spørgeskemaundersøgelse af rejse ved Hirtshals by og havn

Undersøgelsen gennemføres af Aalborg Universitet i samarbejde med Hjørring Kommune for at undersøge rejsevaner og forholdet til Hirtshals by og Nordjylland. De følgende spørgsmål bedes besvaret individuelt. **Besvarelsen behandles naturligvis anonymt**

1. Hvor mange rejser du/l sammen?

	Kvinde	Mand	Barn	Alder
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____

2. Hvor er du bosiddende?

Postnummer _____ Land _____

3. Bor du på samme adresse som dine medrejsende?

Ja ☐ Nej ☐

4. Formål med rejsen

Turisme ☐

Pending i forhold til arbejde el. uddannelse ☐

Besøge familie/venner ☐

Erhverv ☐

Andet _____

5. Hvilket land/region er hovedmålet for din rejse?

6. Har du besøgt transportcentret i Hirtshals på rejsen?

Ja ☐ Nej ☐

7. Har du besøgt Hirtshals by i forbindelse med rejsen?

Ja ☐ Nej ☐

8. Hvilket transportmiddel benytter du på rejsen?

Bil ☐ Autocamper ☐

Bil med campingvogn ☐ Cykel / Til fods ☐

Motorcykel ☐

Andet _____

9. Hvad er din/jeres boform

Lejlighed ☐ Landejendom ☐

Parcelhus m. have ☐ Rækkehus / Byhus ☐

10. Er du gift / samlevende?

Ja ☐ Nej ☐

11. Hvor mange børn har du?

- Hvor mange bor hjemme? _____

12. Uddannelse

Ufaglært ☐

Grunduddannelse ☐

Gymnasial uddannelse ☐

Erhvervsuddannelse ☐

Kort videregående uddannelse ☐

Mellemlang videregående uddannelse ☐

Lang videregående uddannelse ☐

Andet _____

13. Hvad er din personlige årlige indtægt før skat?

Mindre end 100.000 DKK. ☐

Mellem 100.001 - 200.000 DKK. ☐

Mellem 200.001 - 300.000 DKK. ☐

Mellem 300.001 - 400.000 DKK. ☐

Mellem 400.001 - 500.000 DKK. ☐

Mellem 500.001 - 600.000 DKK. ☐

Mellem 600.001 - 700.000 DKK. ☐

Mellem 700.001 - 800.000 DKK. ☐

Mellem 800.001 - 900.000 DKK. ☐

Mellem 900.001 - 1.000.000 DKK. ☐

Mere end 1.000.000 DKK. ☐

14. Hvordan har du oplevet ankomsten til Hirtshals?

15. Hvilke af følgende ord forbinder du med Hirtshals by? (afkryds max 3)

Fiskeri	<input type="checkbox"/>	Gennemkørsel	<input type="checkbox"/>
Planlagt by	<input type="checkbox"/>	Oplevelsessted	<input type="checkbox"/>
Anonym	<input type="checkbox"/>	Rolig	<input type="checkbox"/>
God handelsby	<input type="checkbox"/>	Industrihavn	<input type="checkbox"/>
Smuk	<input type="checkbox"/>	Port til Europa	<input type="checkbox"/>
Nedslidt	<input type="checkbox"/>	Badestrand	<input type="checkbox"/>
Transit knudepunkt	<input type="checkbox"/>	Udkantsdanmark	<input type="checkbox"/>
Fyrtårn	<input type="checkbox"/>	Forskning	<input type="checkbox"/>
Slagterkød	<input type="checkbox"/>	Andet	_____

16. Kender du til attraktioner/seværdigheder i Hirtshalsområdet/Nordjylland?

Ja ☐ Nej ☐

Hvis ja, hvilke har du besøgt på din rejse?

17. Hvad skulle der til for at du oftere ville besøge Hirtshals by?

Flere informationer om området ☐

En grønnere by ☐

Flere shoppe-muligheder ☐

Billigere shoppe-muligheder ☐

Specialbutikker med lokalt særpræg ☐

Flere faciliteter til byliv ☐

- hvilke? _____

Bedre adgangsforhold (f.eks parkering, skiltning, stiforbindelser) ☐

- hvilke? _____

Andet _____

18. Kunne du forestille dig at besøge Hirtshals by på en fremtidigt ferierejse?

Ja ☐ Nej ☐

Begrund _____

19. Hvad er vigtigst for dig når du vælger feriested? (afkryds max 3)

Ro ☐ Luksus og komfort ☐

Underholdningstilbud ☐ Naturoplevelsen ☐

Nem rejse til / fra ☐ Internet adgang ☐

Pris ☐ Kulturtilbud ☐

Friluftssaktiviteter ☐ Aktiv ferie ☐

Autenticitet / charme ☐ Gode spisesteder ☐

Andet _____

20. Hvor mange gange har du været udenlands i det seneste år? _____

21. Hvor mange gange har du været uden for Europa i det seneste år? _____

**22. Indiker hvor enig eller uenig du er i forhold til følgende udsagn:
Spørgsmålene bedes besvaret som om du rejser på samme type rejse som nu (Spørgsmål 4)**

	Meget enig	Enig	Ved ikke/ neutral	Uenig	Meget uenig
Rejsen er for mig i sig selv en oplevelse.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jeg foretrækker bil / færge som rejsemiddel.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jeg undgår helst flyrejser.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jeg tager gerne en omvej for at kunne opleve naturen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
At rejse er for mig et afbræk fra hverdagen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lokale nyheder interesserer mig mere end internationale nyheder.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Når jeg rejser er det vigtigste for mig at komme hurtigst muligt fra A til B.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Når jeg er på ferie er det vigtigt ikke at være online, for at slappe helt af.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Når jeg vender hjem fra ferierejser bruger jeg ofte tid på at lære mere om disse steder.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jeg bruger min smartphone eller lignende til at finde oplysninger / oplevelser under ferien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vi takker for din besvarelse

Jeg må gerne kontaktes for evt. uddybende spørgsmål i et 15 min. telefoninterview

Ja ☐ Telefon nr. _____

Nej ☐



Erhvervsundersøgelse af rejse ved Hirtshals by og havn

Undersøgelsen gennemføres af Aalborg Universitet i samarbejde med Hjørring Kommune for at undersøge rejsevaner og forholdet til Hirtshals by og Nordjylland. De følgende spørgsmål bedes besvaret individuelt. Besvarelsen behandles naturligvis anonymt.

1. Nationalitet _____

2. Uddannelse:

Ufaglært ☐

Grunduddannelse ☐

Gymnasial uddannelse ☐

Erhversuddannelse ☐

Kort videregående uddannelse ☐

Mellemlang videregående uddannelse ☐

Lang videregående uddannelse ☐

Andet _____

3. Din personlige årlige indtægt før skat:

Mindre end 100.000 DKK. ☐

Mellem 100.001 - 200.000 DKK. ☐

Mellem 200.001 - 300.000 DKK. ☐

Mellem 300.001 - 400.000 DKK. ☐

Mellem 400.001 - 500.000 DKK. ☐

Mellem 500.001 - 600.000 DKK. ☐

Mellem 600.001 - 700.000 DKK. ☐

Mellem 700.001 - 800.000 DKK. ☐

Mellem 800.001 - 900.000 DKK. ☐

Mellem 900.001 - 1.000.000 DKK. ☐

Mere end 1.000.000 DKK. ☐

4. Hvad er din/jeres boform?

Lejlighed ☐ Landejendom ☐

Parcelhus m. have ☐ Rækkehus / Byhus ☐

5. Er du gift / samlevende?

Ja ☐ Nej ☐

6. Hvor mange børn har du? _____

- Hvor mange bor hjemme? _____

7. Rejsens startpunkt _____

Land By

8. Rejsens destination _____

Land By

9. Angiv hvor du har haft stop af mere end 3 timer

Land By

1 stop på rejsen _____

2 stop på rejsen _____

3 stop på rejsen _____

4 stop på rejsen _____

5 stop på rejsen _____

10. Skyldes dit stop ved Hirtshals Transport Center?

Ventetid (færge) ☐

Pause (mad, hvile etc.) ☐

Told og skat ☐

Tilbud/faciliteter ved Transportcenteret ☐

- hvilke? _____

Andet _____

11. Hvor mange dage om året kører du international erhverskørsel? (ca) _____

12. Hvor ofte passerer du Hirtshals Havn?

Dagligt ☐

Flere gange per uge ☐

En gang per uge ☐

2-3 gange per måned ☐

En gang per måned ☐

4 gange per år ☐

2 gange per år ☐

Sjældnere ☐

13. Hvor ofte besøger du Hirtshals by i forbindelse med erhverskørsel via Hirtshals Havn?

Hver gang ☐

Oftre ☐

Sjældent ☐

Aldrig ☐

14. Har du kørt erhverskørsel ved Hirtshals før Hirtshals Transport Center blev etableret i 2008?

Ja ☐ Nej ☐

Hvis Ja, hvilken betydning har det fået for din rejse? Ja Nej

Min rute går oftere via Hirtshals end før. ☐ ☐

Jeg tager oftere en pause ved Hirtshals Transport Center i stedet for andre steder. ☐ ☐

Før Hirtshals Transport Center kom besøgte jeg oftere Hirtshals by. ☐ ☐

Hirtshals Transport Center har gjort min rejse mere effektiv. ☐ ☐

Hirtshals Transport Center har forbedret komforten ved mit ophold ☐ ☐

Jeg mødes nu oftere med kollegaer. ☐ ☐

Jeg oplever mit ophold i Hirtshals som kedeligt. ☐ ☐

Hirtshals Transport Center har gjort at jeg får færre oplevelser under mit ophold ved Hirtshals. ☐ ☐

Hirtshals Transport Center har gjort at jeg ved mindre om hvad der sker i Hirtshals lige nu. ☐ ☐

Jeg mødes nu oftere med kollegaer af forskellig nationalitet. ☐ ☐

15. Hvad skulle der til for at du oftere ville besøge Hirtshals by?

- Flere informationer om området ☐
- En grønnere by ☐
- Flere shoppe-muligheder ☐
- Billigere shoppe-muligheder ☐
- Specialbutikker med lokalt særpræg ☐
- Flere faciliteter til byliv ☐
- hvilke? _____
- Bedre adgangsforhold (f.eks parkering, skiltning, stiforbindelser) ☐
- hvilke? _____
- Andet _____

16. Hvilke af følgende ord forbinder du med Hirtshals by? (afkryds max 3)

- | | | | |
|--------------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|
| Fiskeri | <input type="checkbox"/> | Gennemkørsel | <input type="checkbox"/> |
| Planlagt by | <input type="checkbox"/> | Oplevelsessted | <input type="checkbox"/> |
| Anonym | <input type="checkbox"/> | Rolig | <input type="checkbox"/> |
| God handelsby | <input type="checkbox"/> | Industrihavn | <input type="checkbox"/> |
| Smuk | <input type="checkbox"/> | Port til Europa | <input type="checkbox"/> |
| Nedslidt | <input type="checkbox"/> | Badestrand | <input type="checkbox"/> |
| Transit knudepunkt | <input type="checkbox"/> | Udkantsdanmark | <input type="checkbox"/> |
| Fyrtårn | <input type="checkbox"/> | Forskning | <input type="checkbox"/> |
| Slagterkød | <input type="checkbox"/> | Andet _____ | |

17. Hvor mange år har du benyttet Hirtshals Havn til erhvervkørsel? _____

18. Hvordan har du oplevet ankomsten til Hirtshals?

19. Hvad er vigtigst for dig når du vælger feriested? (afkryds max 3)

- | | | | |
|-----------------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|
| Ro | <input type="checkbox"/> | Luksus og komfort | <input type="checkbox"/> |
| Underholdningstilbud | <input type="checkbox"/> | Naturopplevelsen | <input type="checkbox"/> |
| Nem rejse til / fra | <input type="checkbox"/> | Internet adgang | <input type="checkbox"/> |
| Pris | <input type="checkbox"/> | Kulturtilbud | <input type="checkbox"/> |
| Friluftssaktiviteter | <input type="checkbox"/> | Aktiv ferie | <input type="checkbox"/> |
| Autenticitet / charme | <input type="checkbox"/> | Gode spisesteder | <input type="checkbox"/> |
| Andet _____ | | | |

20. Kender du til attraktioner/seværdigheder i Hirtshalsområdet/Nordjylland?

- Ja ☐ Nej ☐
- Hvis ja, hvilke? _____

21. Kunne du forestille dig at besøge Hirtshals by på en fremtidigt ferierejse?

- Ja ☐ Nej ☐
- Begrund _____

22. Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn:

- | | Meget enig | Enig | Ved ikke / Neutral | Uenig | Meget uenig |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Lokale nyheder interesserer mig mere end internationale nyheder. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Når det er muligt planlægger jeg gerne min rute/overnatning så jeg kan opleve naturen under min erhvervkørsel. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Når jeg er på erhvervkørsel medbringer jeg ofte min familie/venner. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Jeg planlægger ofte at mødes med landsmænd/kolleger ved overnatninger under min erhvervkørsel. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Tiden er altafgørende når jeg kører erhvervkørsel. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Når jeg kører erhvervkørsel får jeg ofte lyst til at vende tilbage på ferie. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Jeg tager ofte på ferie de steder jeg har kørt erhvervkørsel. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Når jeg vender hjem fra ferierejser bruger jeg ofte tid på at lære mere om disse steder. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Jeg foretrækker at planlægge mine egne ferierejser. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Jeg undgår helst flyrejser på ferier. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Vi takker for din besvarelse

Jeg må gerne kontaktes for evt. uddybende spørgsmål i et 15 min. telefoninterview

Ja ☐ Telefon nr. _____ Nej ☐

